

RINGKASAN

Majalah cetak maupun elektronik masih eksis di kalangan masyarakat Indonesia. Pada tahun 2018 tercatat jumlah pembacanya mencapai 19,24% (Badan Pusat Statistik, 2019). Kehadiran majalah sebagai media menurut pandangan kritis erat kaitannya dengan pertarungan kekuatan ekonomi, politik, dan sosial di masyarakat (Eriyanto, 2015). Hal ini menyebabkan ide-ide kelompok dominan yang masih banyak ditemui pada majalah termasuk mengenai maskulinitas dan relasinya dengan perempuan. Media sebagai agen sosialisasi gender mampu menentukan dan memperkuat yang menanamkan kesadaran serta mitos tertentu di masyarakat (Azis, Cangara, & Bahfiarti, 2015). Oleh karena itu, media juga dapat berperan untuk mengubah wacana terkait maskulinitas yang tidak hanya sebagai cerminan realitas identitas gender di dalam dunia sosial (Devereux, 2014).

Magdalene.co sebagai salah satu majalah feminis berbasis elektronik di Indonesia ditemui tulisan-tulisan yang memuat nilai-nilai maskulinitas. Pada kurun waktu Januari 2018 – Desember 2019, ditemui empat artikel yang kemudian digunakan pada penelitian ini. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif dengan teknik analisis tekstual, wawancara mendalam, dan kajian pustaka. Kemudian untuk menganalisisnya digunakan model analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Teun A. van Dijk dan teori hierarki pengaruh isi media yang dikemukakan oleh Shoemaker & Reese.

Hasil penelitian menemukan bahwa *Magdalene.co* mewacanakan mengenai pendobrakan nilai maskulinitas tradisional dan relasi antara laki-laki dan feminisme. Laki-laki dipandang *Magdalene.co* sebagai mitra yang diharapkan dapat berelasi secara sehat untuk mencapai kesetaraan. Wacana ini dipengaruhi oleh bagaimana ideologi yang dimiliki oleh pekerja *Magdalene.co* dalam memandang fenomena mengenai maskulinitas dan peran laki-laki pada feminisme.

Strategi keterlibatan laki-laki dalam feminisme yang diwacanakan oleh *Magdalene.co* dapat diidentifikasi berdasarkan empat tahap yang dikemukakan Hasyim (2020) yaitu, membuka selubung keistimewaan dan kekuasaan laki-laki, melakukan transformasi terhadap konsep maskulinitas patriarkis, konsep laki-laki baru sebagai cerminan kesetaraan dan keadilan, dan peran laki-laki sebagai sekutu perempuan dalam mencapai kesetaraan gender. Oleh karena itu, keberadaan laki-laki dinilai penting untuk turut serta menggaungkan kesetaraan gender yang diperjuangkan oleh feminisme.

SUMMARY

Printed and electronic magazines are still exist in Indonesia. In 2018 the number of readers was recorded reaching till 19.24% (Central Statistics Agency, 2019). According to a critical view, the presence of magazines as a media is closely related to the struggle for economic, political, and social powers in society (Eriyanto, 2015). This causes dominant group ideas that are still commonly found in magazines, including masculinity and their relationship with women. Media as a gender socialization agent are able to determine and strengthen those that instill awareness and certain myths in society (Azis, Cangara, & Bahfiarti, 2015). Therefore, media can also play a role in changing discourse related to masculinity which is not simply a reflection of the reality of gender identity in the social world (Devereux, 2014).

Magdalene.co, as one of the electronic-based feminist magazines in Indonesia, encounter writings that contain masculinity values. In the period January 2018 - December 2019, four articles were found which were used in this study. The approach used in this research is qualitative-descriptive with textual analysis techniques, in-depth interviews, and literature review. Then to analyze it using critical discourse analysis by Teun A. van Dijk and Shoemaker and Reese's Theory of a Hierarchy of Influences on Media Content.

The results of the study found that *Magdalene.co* discussed breaking traditional masculinity values and the relationship between men and feminism. Men are seen by *Magdalene.co* as partners who are anticipated to be capable to relate healthily to achieve equality. This discourse is influenced by how the ideology possessed by *Magdalene.co* workers in viewing the phenomenon of masculinity and the role of men in feminism.

The strategy of men's involvement in feminism discourse by *Magdalene.co* can be identified based on the four stages proposed by Hasyim (2020), opening the veil of male privileges and power, transforming the concept of patriarchal masculinity, the concept of new men as a reflection of equality and justice, and the role of men as allies of women in achieving gender equality. Therefore, the presence of men is considered important to participate in echoing gender equality which is advocated by feminism.